



## BAB I

### PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, telah muncul berbagai macam bentuk bisnis seiring dengan berkembangnya jaman, teknologi dan arus globalisasi. Seringkali orang yang sudah memiliki sebuah bisnis yang mapan akhirnya lupa tentang pentingnya inovasi yang harus dilakukan secara terus menerus. Dapat dikatakan bahwa bisnis yang terus melakukan inovasi adalah bisnis yang terdepan dan berhasil. Sama halnya dengan kehidupan yang selalu berganti tantangan dari hari ke hari, begitu juga yang terjadi pada dunia bisnis. Bila hari ini suatu bisnis menjadi pemimpin dalam sebuah pasar yang telah ditentukan, belum tentu akan bertahan selamanya. Persaingan dalam bisnis sangatlah ketat. Pesaing-pesaing baru terus bermunculan setiap hari. ( Sumber : <http://netpreneur.co.id/> ).

Kota Jakarta merupakan tempat yang padat penduduk. Kondisi inilah yang menjadikan Jakarta sebagai tempat yang berpotensi untuk membuka suatu bisnis. Masyarakat yang memiliki beragam kebutuhan menjadi faktor utama untuk membuka suatu bisnis baru. ( Sumber : <https://infopeluangusaha.org/> ). Kepadatan dan tingkat arus kesibukan yang tinggi menimbulkan berbagai macam masalah mulai dari beban hidup keseharian, beban tugas, beban kerja, dan yang lainnya. Kebanyakan tempat yang dipilih untuk melepaskan kepenatan tersebut adalah kedai kopi atau *coffee shop* yang memiliki ciri khas tersendiri. ( Sumber : <http://www.kompasiana.com/> ).

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kedai kopi atau *coffee shop* merupakan hal yang tidak asing lagi di telinga masyarakat Indonesia. Banyak dari masyarakat di kota besar yang lebih memilih menikmati kopi di kedai kopi atau *coffee shop* dibanding membuatnya sendiri di rumah. Bahkan menikmati kopi di kedai kopi atau *coffee shop* telah menjadi kebiasaan dan lama kelamaan menjadi sebuah *lifestyle* atau gaya hidup. ( Sumber : <http://www.kompasiana.com/> ). Kedai kopi yang dijadikan sebagai tempat nongkrong, meeting atau sekedar bersantai bersama teman sambil minum segelas kopi merupakan kebiasaan yang tidak akan pernah hilang pada masyarakat Indonesia. Hal inilah yang menarik para pelaku bisnis untuk melirik usaha kedai kopi atau coffee shop. ( Sumber : <http://wirabisnis.com/> ).

Harga bukan lagi menjadi suatu masalah utama bagi masyarakat yang memiliki gaya hidup tersebut, mereka tidak menahan untuk mengeluarkan uang lebih untuk mendapatkan kualitas kopi yang terbaik. ( Sumber: [www.foodservicetoday.co.id](http://www.foodservicetoday.co.id) ). Kualitas kopi yang baik ditambah dengan suasana yang nyaman dan didukung dengan desain interior maupun eksterior yang unik serta tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan musik live, wifi, pilihan menu yang berkualitas, serta pelayanan yang memuaskan, tentu akan menjadi sebuah bahan pertimbangan bagi para konsumen untuk memilih kedai kopi atau *coffee shop* mana yang akan dikunjunginya. ( Sumber : <http://majalah.ottencoffee.co.id/> ).

Persaingan bisnis yang ketat khususnya di industri *food and beverages* mengharuskan para pengelola bisnis untuk selalu menghadirkan konsep – konsep baru dan menghadirkan menu – menu inovatif agar dapat mempertahankan konsumen. ( Sumber : <http://bisnisukm.com/> ).



Beberapa strategi seperti melakukan *branding*, mencari variasi produk, menciptakan inovasi baru, dan melakukan promosi baik *offline* maupun *online* wajib dilakukan oleh para pelaku bisnis dibidang ini agar mampu berkembang dan terus bertahan di dalam dunia bisnis ini. ( Sumber : <http://mebiso.com/> ).

Salah satu kedai kopi atau *coffee shop* yang menarik perhatian penulis adalah Starbucks Coffee, Starbucks Coffee ini tepatnya berada di Mall Kelapa Gading 3, Lantai Ground, Jl. Raya Boulevard, Kelapa Gading, Jakarta Utara. Penulis tertarik dengan kedai kopi ini dikarenakan ramainya pengunjung yang selalu terlihat memenuhi Starbucks Coffee setiap harinya meskipun produk yang dijualnya terbilang cukup mahal. Starbucks Coffee dapat dikatakan sebagai *pioneer* dalam dunia bisnis kopi. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya gerai Starbucks Coffee yang tersebar di seluruh Indonesia, hal ini membuat Starbucks Coffee mendominasi dunia bisnis kopi. Coffee Shop ini menyediakan berbagai macam jenis minuman, makanan berat maupun ringan dengan kualitas pelayanan yang sangat baik serta suasana yang nyaman.

Starbucks Coffee merupakan salah satu kedai kopi yang berasal dari luar negeri dan berkembang di negara Indonesia saat ini. Starbucks Coffee berdiri pertama kali pada tahun 1971 di Seattle, Amerika Serikat yang dikelola oleh tiga orang pecinta (*aficionados*) kopi. Bisnis utama mereka pada saat itu adalah memilih biji kopi berkualitas bagus, memprosesnya, dan kemudian menjual kopi itu per *pound*. Pada saat ini, Starbucks tidak hanya menjadi pengimpor dan pemroses (*roaster*) kopi berkualitas tinggi yang terbesar, tetapi juga pengecer kopi yang berkualitas tinggi dan terbesar di negara Amerika Serikat. Hal ini tentu saja dikarenakan strateginya yang dirancang dan diterapkan dengan tepat dan benar. Semakin berkembangnya zaman ke zaman, Starbucks terus mengikuti trend

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perkembangan zaman. Sehingga hal ini membuat posisi perusahaannya terus menjadi yang terdepan. Starbucks selalu mengutamakan kualitas dan komitmen terhadap cita rasa yang telah menjadi ciri khas sejak awal berdirinya Starbucks, dan hal inilah yang membuat konsumen betah dengan produk pada perusahaan ini. (Sumber: [www.starbucks.com](http://www.starbucks.com)).

Munculnya banyak pesaing seperti Excelso, Coffee Bean and Tea Leaves, Bengawan Solo mengharuskan Starbucks untuk merancang sebuah strategi agar dapat mempertahankan pengunjungnya. Salah satu strategi yang dilakukan oleh Starbucks yaitu terus mengeluarkan minuman dengan varian rasa berbeda dalam setiap musimnya dan salah satu hal yang membedakan Starbucks Coffee dengan *coffee shop* lain adalah perilaku karyawan Starbucks. Starbucks Coffee menekankan beberapa prinsip pada karyawannya. Prinsip pertama yaitu “Lakukan dengan Cara Anda” (*Make it Your Own*). Starbucks memberikan kebebasan kepada karyawannya (atau partnernya) untuk melakukan apa saja untuk memastikan konsumen mendapatkan pelayanan atau pengalaman yang baik. Prinsip kedua yaitu “Semuanya Penting” (*Everything Matters*). Karyawan Starbucks dilatih untuk selalu memperhatikan detail – detail yang terkecil yang sangat penting bagi konsumennya. Aktivitas ini dibedakan menjadi 2 aktivitas yaitu “above deck” (yang terlihat) maupun “below deck” (yang tidak terlihat). Prinsip ketiga yaitu “Kejutan dan Kesenangan” (*Surprise and Delight*). Di Starbucks, membudidayakan kemampuan mereka untuk memberikan kepuasan bagi pelanggannya dan melebihi apa yang mereka harapkan. Sehingga karyawan harus mampu memberikan kejutan – kejutan atau kesenangan dari sumber – sumber yang tak terduga.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Tabel 1.1

Top Brand Award

Tahun 2013		Tahun 2014		Tahun 2015	
Merek	TBI	Merek	TBI	Merek	TBI
Starbucks	47,3%	Starbucks	48,6%	Starbucks	47,8%
Kopi Luwak	6,0%	The Coffee Bean & Tea Leaf	6,6%	The Coffee Bean & Tea Leaf	7,3%
The Coffee Bean & Tea Leaf	5,9%	Espresso	4,7%	Espresso	6,4%
Ngopi Doeloe	4,7%	Ngopi Doeloe	4,2%	Ngopi Doeloe	4,3%
Coffee Toffee	4,2%	Kopi Luwak	3,7%	Excellso	3,7%
J'CO	3,6%	J'CO	2,9%	Kopi Luwak	3,4%
O La La	3,2%	O La La	2,8%		
		Excellso	2,7%		

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Starbucks Coffee masih mengungguli para pesaingnya secara signifikan. Starbucks berhasil mempertahankan konsistensinya yang ditunjukkan dalam TBI ( *Top Brand Index* ) yang seimbang setiap tahunnya.

Untuk di wilayah Jakarta, khususnya Kelapa Gading, *Starbucks Coffee* memiliki 4 gerai yang terletak di Mall Kelapa Gading, LaPiaza, Mall Artha Gading dan Mall of Indonesia. Saat ini tercatat bahwa outlet Starbucks berada di 65 negara dan kurang lebih berjumlah 22,551 outlet. Outlet Starbucks dibuka pertama kali di Mall Plaza Indonesia pada tahun 2002 lalu. ( Sumber: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) ).

Dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian *Starbucks Coffee* dengan judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**TERHADAP PEMBELIAN ULANG *STARBUCKS COFFEE MALL*  
*KELAPA GADING* ”.**

**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis kemukakan, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk Starbucks Coffee menurut pandangan konsumen ?
2. Bagaimana kualitas pelayanan Starbucks Coffee menurut pandangan konsumen ?
3. Bagaimana pembelian ulang konsumen terhadap Starbucks Coffee ?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap pembelian ulang Starbucks Coffee ?
5. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang Starbucks Coffee ?

**C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas menjadi :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap pembelian ulang Starbucks Coffee ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang Starbucks Coffee ?



## D. Batasan Penelitian

### © Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Mengingat keterbatasan yang ada pada penulis, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading.
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading.
3. Penelitian ini dilakukan selama periode September 2015 – Februari 2016.

## E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitiannya yaitu : “Apakah ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap ulang pembelian Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading ?”

## F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap pembelian ulang pada Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang pada Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading

## G. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dengan dilakukannya penelitian ini antara lain :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Bagi penulis

Penulis ingin mendapatkan pengetahuan atau informasi mengenai bagaimana dan seberapa besar peranan kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang di Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak pengelola dalam meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk menciptakan pembelian ulang pada Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading, serta dapat memberikan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan, terutama di bidang pemasaran yang berkaitan dengan masalah kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang.

**© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.